

Versterking van de rechten van kwetsbare consumenten

Resolutie van het Europees Parlement van 22 mei 2012 over een strategie ter versterking van de rechten van kwetsbare consumenten (2011/2272(INI))

Het Europees Parlement,

- gezien Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt¹,
- gezien Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad²,
- gezien het Voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad tot vaststelling van een consumentenprogramma 2014-2020 (COM(2011)0707) en de bijbehorende documenten (SEC(2011)1320 en SEC(2011)1321),
- gezien Richtlijn 2006/114/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame³,
- gezien Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten)⁴,
- gezien Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad van 27 oktober 2004 betreffende samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming ("verordening betreffende samenwerking met betrekking tot consumentenbescherming")⁵,
- gezien Richtlijn 2004/113/EG van de Raad van 13 december 2004 houdende toepassing van het beginsel van gelijke behandeling van mannen en vrouwen bij de toegang tot en het aanbod van goederen en diensten⁶,
- gezien zijn resolutie van 25 oktober 2011 over mobiliteit en integratie van gehandicapten en de Europese strategie inzake handicaps 2010-2020⁷,
- gezien het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie, zoals geïntegreerd in de

¹ PB L 149 van 11.6.2005, blz. 22.

² PB L 304 van 22.11.2011, blz. 64.

³ PB L 376 van 27.12.2006, blz. 21.

⁴ PB L 95 van 15.04.2010, blz. 1.

⁵ PB L 364 van 09.12.2004, blz. 1.

⁶ PB L 373 van 21.12.2004, blz. 37.

⁷ Aangenomen teksten, P7_TA(2011)0453.

Verdragen middels artikel 6 van het Verdrag betreffende de Europese Unie (VEU), en in het bijzonder artikel 7 (eerbiediging van het privéleven en het familie- en gezinsleven), artikel 21 (non-discriminatie), artikel 24 (rechten van het kind), artikel 25 (rechten van ouderen), artikel 26 (integratie van personen met een handicap) en artikel 38 (consumentenbescherming) van dit Handvest,

- gezien artikel 12 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waarin het volgende is bepaald: “Met de eisen terzake van consumentenbescherming wordt rekening gehouden bij het bepalen en uitvoeren van het beleid en het optreden van de Unie op andere gebieden”,
- gezien artikel 9 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waarin het volgende is bepaald: “Bij de bepaling en de uitvoering van haar beleid en optreden houdt de Unie rekening met de eisen in verband met de bevordering van een hoog niveau van werkgelegenheid, de waarborging van een adequate sociale bescherming, de bestrijding van sociale uitsluiting alsmede een hoog niveau van onderwijs, opleiding en bescherming van de volksgezondheid”,
- gezien zijn resolutie van 15 november 2011 over een nieuwe strategie voor het consumentenbeleid¹,
- gezien de mededeling van de Commissie aan de Europese Raad over Europa 2020, een strategie voor slimme, duurzame en inclusieve groei (COM(2010)2020),
- gezien zijn resolutie van 21 september 2010 over de voltooiing van de interne markt voor e-handel²,
- gezien zijn resolutie van 15 december 2010 over de gevolgen van adverteren voor het consumentengedrag³,
- gezien de mededeling van de Commissie van 7 juli 2009 aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's inzake een geharmoniseerde methode voor de indeling en rapportage van klachten en vragen van consumenten (COM(2009)0346) en de begeleidende ontwerpaanbeveling van de Commissie (SEC(2009)0949),
- gezien het werkdokument van de Commissiediensten van 7 april 2011 getiteld "Consumer Empowerment in the EU" (SEC(2011)0469),
- gezien de mededeling van de Commissie van oktober 2011 getiteld "Markten voor de consument laten werken – Zesde editie van het scorebord voor de consumentenmarkten" (SEC(2011)1271),
- gezien de mededeling van de Commissie van 11 maart 2011 getiteld "Consumenten thuis op de interne markt", vijfde editie van het scorebord consumentenvoorwaarden (SEC(2011)0299),

¹ Aangenomen teksten, P7_TA(2011)0491.

² PB C 50 E van 21.2.2012, blz. 1.

³ Aangenomen teksten, P7_TA(2010)0484.

- gezien Richtlijn 95/46/EG van het Europees Parlement en de Raad van 24 oktober 1995 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens¹,
 - gezien Richtlijn 2002/58/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie²,
 - gezien Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt³,
 - gezien zijn resolutie van 9 maart 2010 over consumentenbescherming⁴,
 - gezien zijn resolutie van 9 maart 2010 over het scorebord van de interne markt⁵,
 - gezien zijn resolutie van 13 januari 2009 over de omzetting, tenuitvoerlegging en handhaving van Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en Richtlijn 2006/114/EG inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame⁶,
 - gezien zijn resolutie van 3 september 2008 over het effect van marketing en reclame op de gelijkheid tussen vrouwen en mannen⁷,
 - gezien de Speciale Eurobarometer nr. 342 over empowerment van consumenten,
 - gezien het analytisch verslag over de attitudes ten aanzien van grensoverschrijdende verkoop en de bescherming van de consumenten, in maart 2010 gepubliceerd door de Commissie in Flash Eurobarometer nr. 282,
 - gezien de Europese aanpak van mediageletterdheid in de digitale omgeving,
 - gezien de richtsnoeren van de Commissie over de toepassing van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken (SEC(2009)1666),
 - gezien artikel 48 van zijn Reglement,
 - gezien het verslag van de Commissie interne markt en consumentenbescherming (A7-0155/2012),
- A. overwegende dat de ontwikkeling en de bescherming van consumentenrechten fundamentele waarden zijn bij de ontwikkeling van het desbetreffende beleid van de Europese Unie, met name voor de versterking van de interne markt, en bij het nastreven van de Europa 2020-doelstellingen;

¹ PB L 281 van 23.11.1995, blz. 31.

² PB L 201 van 31.07.2002, blz. 37.

³ PB L 178 van 17.07.2000, blz. 1.

⁴ PB C 349 E van 22.12.2010, blz. 1.

⁵ PB C 349 E van 22.12.2010, blz. 25.

⁶ PB C 46 E van 24.2.2010, blz. 26.

⁷ PB C 295 E van 04.12.2009, blz. 43.

- B. overwegende dat de ambitie van het EU-consumentenbeleid een hoog niveau van empowerment en bescherming voor elke consument moet zijn;
- C. overwegende dat op de interne markt alle consumenten, maar met name kwetsbare consumenten, ook goed moeten worden beschermd om rekening te houden met hun speciale behoeften en hun capaciteiten te versterken;
- D. overwegende dat het in brede kring gehanteerde concept van kwetsbare consumenten is gebaseerd op het begrip kwetsbaarheid als endogeen verschijnsel, en zich richt op een heterogene groep die bestaat uit personen die als permanent kwetsbaar worden beschouwd vanwege hun mentale, fysieke of psychologische handicap, leeftijd, goedgelovigheid of geslacht, en overwegende dat het concept van kwetsbare consumenten ook consumenten in een kwetsbare toestand moet omvatten, dat wil zeggen consumenten die zich tijdelijk in een machteloze situatie bevinden door een kloof tussen hun persoonlijke toestand en eigenschappen enerzijds en hun externe omgeving anderzijds, waarbij rekening wordt gehouden met criteria zoals opleiding, sociale en financiële situatie (bijvoorbeeld een overmatige schuldenlast), toegang tot internet, enz.; overwegende dat alle consumenten op een bepaald moment in hun leven kwetsbaar kunnen worden door externe factoren en wisselwerkingen met de markt of omdat ze moeite hebben toegang te krijgen tot en inzicht te verwerven in relevante consumenteninformatie, waardoor ze speciale bescherming nodig hebben;

Kwetsbaarheid en kwetsbare consumenten

1. merkt op dat een algemene aanpak en de totstandbrenging van een alomvattend wetgevingsinstrument moeilijk zijn vanwege de verscheidenheid aan kwetsbare situaties, zowel wanneer consumenten onder wettelijke bescherming geplaatst worden als wanneer ze zich in een specifieke situatie van sectorale of tijdelijke kwetsbaarheid bevinden, als gevolg waarvan de bestaande wetgeving en het actuele beleid het kwetsbaarheidsprobleem van geval tot geval benaderen; benadrukt daarom dat in de Europese wetgeving het kwetsbaarheidsprobleem bij consumenten horizontaal moet worden aangepakt, rekening houdend met de diverse behoeften, vaardigheden en omstandigheden van consumenten;
2. benadrukt dat lidstaten passende maatregelen moeten nemen om adequate waarborgen te bieden voor de bescherming van kwetsbare consumenten;
3. onderstreept dat de strategie voor de rechten van kwetsbare consumenten gericht moet zijn op het versterken van hun rechten en moet garanderen dat die rechten doeltreffend gewaarborgd en ten uitvoer gebracht worden, en de consumenten alle noodzakelijke middelen moet bieden om passende beslissingen te kunnen nemen en zelfverzekerd op te treden, ongeacht het gebruikte instrument; is van mening dat, aangezien de EU zich moet concentreren op de doeltreffende bescherming van de rechten van alle consumenten, het begrip "gemiddelde consument" niet flexibel genoeg is om te worden aangepast aan specifieke gevallen en soms niet overeenkomt met situaties in de praktijk;
4. benadrukt dat een strategie voor de aanpak van consumentenkwetsbaarheid evenwichtig moet zijn, zodat individuele vrijheden en de keuzevrijheid van consumenten niet worden beknot;
5. verzoekt de Commissie en moedigt de lidstaten aan om sociale gedragingen, consumptiegedrag en situaties die bepaalde groepen of individuen in een kwetsbare situatie

kunnen brengen voortdurend zorgvuldig te onderzoeken, bijvoorbeeld door analyse van consumentenklachten, en om kwetsbaarheid waar nodig te bestrijden met specifieke maatregelen zodat bescherming kan worden geboden aan alle consumenten, ongeacht hun vaardigheden of de levensfase waarin ze zich bevinden;

6. wijst erop dat er nog altijd verschillen bestaan tussen producten van hetzelfde merk in verschillende lidstaten, waardoor consumenten in sommige lidstaten minder beschermd zijn; benadrukt dat in de huidige wetgeving niet wordt voorzien in het opheffen van kwaliteitsverschillen van producten van hetzelfde merk in verschillende lidstaten, en verzoekt de Commissie de wetgeving inzake consumentenbescherming dienovereenkomstig aan te vullen;

Beoordeling van de huidige wetgeving

7. merkt op dat in Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt het vraagstuk van de kwetsbaarheid van consumenten werd geïntroduceerd, waarbij "onbehoorlijke beïnvloeding" van consumenten die niet volledig wilsbekwaam zijn, centraal stond; merkt op dat Richtlijn 2005/29/EG in de eerste plaats gericht is op kwetsbaarheid uit het perspectief van de economische belangen van consumenten;
8. wijst erop dat Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten, die het meest recente instrument vormt voor de bescherming van deze rechten, de verplichtingen inzake precontractuele en contractuele informatie versterkt door het recht voor verplichte terugname vast te stellen indien de leverancier of de verkoper niet heeft voldaan aan zijn wettelijke informatieverplichting en door te eisen dat deze informatie op een duidelijke en begrijpelijke manier wordt verstrekt; is van mening dat passende en doeltreffende maatregelen ook moeten worden genomen in sectoren die niet worden gedekt door Richtlijn 2011/83/EU en waar sprake kan zijn van een bijzondere kwetsbaarheid, zoals de financiële sector of de transportsector;

Empowerment: de verantwoordelijkheid van consumenten bij hun eigen bescherming

9. is van mening dat de versterking van de rechten van kwetsbare consumenten niet alleen een ontwikkeling in de wetgeving en een doeltreffende naleving van hun rechten met zich meebrengt, maar ook een versterking van hun vermogen om zelf de beste beslissingen te nemen; is daarom ingenomen met en groot voorstander van de inspanningen van de Commissie om de empowerment van de consumenten te versterken door middel van de verstrekking van gemakkelijk toegankelijke en begrijpelijke informatie en met consumentenvoorlichting, aangezien alle activiteiten op dit gebied bijdragen aan een efficiëntere en eerlijkere interne markt; is desondanks bezorgd dat deze benadering onvoldoende blijkt om kwetsbare consumenten te beschermen, omdat hun kwetsbaarheid kan voortkomen uit de moeite die ze hebben om toegang te krijgen tot de aan hen verstrekte informatie of om deze informatie te beoordelen; vraagt de Commissie consumentenbeleid voor alle Europese consumenten te ontwikkelen en ervoor te zorgen dat kwetsbare consumenten toegang hebben tot dezelfde goederen en diensten en niet misleid worden;
10. merkt op dat veel consumenten juist kwetsbaar zijn omdat ze niet assertief genoeg zijn en de informatie die ze ontvangen of de verschillende opties die ze aangeboden krijgen, niet begrijpen, of omdat ze niet op de hoogte zijn van bestaande klachten- en

vergoedingsregelingen, en dat deze hindernissen toenemen bij grensoverschrijdende consumptie en huis-aan-huisverkoop, met inbegrip van grensoverschrijdende elektronische handel;

11. roept de EU en de lidstaten op meer aandacht te besteden aan en meer te investeren in voorlichtingscampagnes voor consumenten waarbij de juiste boodschap aan het juiste consumentensegment wordt gericht;
12. roept daarom de Commissie en de lidstaten op bestaande initiatieven verder aan te moedigen en uit te werken (zoals Dolceta, ECC-Net, enz.) en er tegelijkertijd voor te zorgen dat ze consistent zijn, zodat consumentenvoorlichting kan worden verbeterd;
13. benadrukt dat in contractuele relaties de consument vaak de zwakste partij is; roept bedrijven op zelfregulerende initiatieven te stimuleren en te ontwikkelen om de bescherming van de rechten van kwetsbare consumenten te versterken, ervoor te zorgen dat ze toegang hebben tot betere en duidelijke informatie, en initiatieven te ontplooiën waarmee alle consumenten een overeenkomst kunnen begrijpen en beoordelen; roept bevoegde nationale instanties op te zorgen voor stimulansen op dit gebied en voor de nodige wettelijke bescherming van consumenten;

Informatie en regulering

14. verzoekt de Commissie en de lidstaten er beter zorg voor te dragen dat bij het opstellen van de veiligheidsnormen en het creëren van bedrijfsomstandigheden voor bepaalde producten, de nadruk wordt gelegd op kwaliteitseisen en beschermingsmaatregelen, en dat rekening wordt gehouden met de noodzaak om kwetsbare consumenten op passende wijze te beschermen; merkt op dat het bedoelde gebruik van deze producten voorbij kan gaan aan de specifieke risico's waaraan consumenten in kwetsbare situaties zijn blootgesteld, met name de toegang van mensen met een visuele handicap tot dagelijkse levensbehoeften; stelt daarom voor om bij het opstellen van de veiligheidsnormen en -voorwaarden waaraan bepaalde producten moeten voldoen zo mogelijk niet alleen rekening te houden met het bedoelde gebruik maar ook met ander, voorzienbaar gebruik; roept op om bij de herziening van de richtlijn algemene productveiligheid deze bezwaren in aanmerking te nemen;
15. verzoekt de lidstaten en de Commissie inspanningen te leveren om aanduidingen voor burgers met een handicap toegankelijk te maken, onder andere door standaardisering, om beproefde methoden ter beschikking te stellen van bedrijven en hen te stimuleren die praktijken toe te passen, en om bedrijven aan te moedigen de informatie en diensten in een voor alle burgers toegankelijke vorm te verstrekken, ook wanneer EU-middelen worden gebruikt;
16. verzoekt de lidstaten het Verdrag inzake de internationale bescherming van volwassenen van 13 januari 2000, dat van toepassing is op de bescherming van volwassenen in een internationale context, die door een aantasting of ontoereikendheid van hun persoonlijke vermogens niet in staat zijn om voor hun belangen op te komen, te ondertekenen en te bekrachtigen;
17. roept de Commissie en de Raad op om de versterking van de rechten van kwetsbare consumenten te zien als een hoofdprioriteit in het kader van de lopende herziening van het voorstel voor een verordening betreffende een consumentenprogramma 2014-2020, en de aanstaande publicatie van de agenda van de consument;

18. roept de Commissie op om de kwetsbaarheid van consumenten op te nemen in het scorebord voor de consumentenmarkten, bijvoorbeeld door uitsplitsing van de gegevens naar leeftijd, opleidingsniveau of sociaal-economische factoren, om een duidelijker beeld te krijgen van de behoeften van kwetsbare consumenten;
19. verzoekt de Commissie en de lidstaten om, in overeenstemming met de beginselen van maatschappelijk verantwoord ondernemen, bedrijven aan te sporen om een vrijwillig etiketteringssysteem in braille aan te brengen op de verpakking van industriële producten (met daarop bijvoorbeeld ten minste de vermelding van het soort product en de houdbaarheidsdatum) om het leven van consumenten met een visuele handicap gemakkelijker te maken;
20. verzoekt de lidstaten en de Europese Commissie eveneens om het onderzoek naar en de ontwikkeling van goederen, diensten, uitrustingen en installaties die ontworpen zijn met een universeel doel, dat wil zeggen zoveel mogelijk door iedereen gebruikt kunnen worden zonder aanpassingen of een gespecialiseerd ontwerp, te bevorderen;

Bijzonder problematische sectoren

21. merkt op dat op internationale fora de noodzaak is erkend om de consument te beschermen door informatie te verstrekken en de financiële markten te reguleren, en dat vanwege de complexiteit van deze markten elke consument op een bepaald moment kwetsbaar kan zijn; merkt op dat door deze complexiteit consumenten kunnen worden opgezadeld met overmatige schulden; merkt op dat uit een recent onderzoek van de Commissie bleek dat er op 70 % van de websites van financiële instellingen en ondernemingen foutieve gegevens werden verstrekt in de reclame voor en de vereiste essentiële informatie over de aangeboden producten, terwijl de kosten misleidend werden voorgesteld; benadrukt dat er meer gedaan moet worden door de financiële sector om duidelijke en eenvoudige uitleg te geven over de aard van de producten en diensten die ze leveren, en roept alle belanghebbenden op doeltreffende voorlichtingsprogramma's over financiële zaken samen te stellen;
22. roept op tot een doelgerichtere en betere verspreiding van de informatie via alle kanalen, niet alleen de officiële, maar ook via consumentenorganisaties en regionale, gemeentelijke en plaatselijke kantoren, die dichterbij de minder mobiele consumenten staan en voor hen beter zichtbaar en toegankelijker zijn;
23. merkt op dat er maatregelen moeten worden getroffen die vooral gericht zijn op kwetsbare consumenten, zowel op het niveau van de EU als op dat van de lidstaten, aangezien uit de resultaten van de laatste Eurobarometer-enquête blijkt dat minder dan 50 % van de consumenten vindt dat zij goed geïnformeerd en beschermd zijn; is van mening dat vooral kwetsbare groepen moeite hebben om alle beschikbare opties te begrijpen, niet op de hoogte zijn van hun rechten, vaker geconfronteerd worden met problemen en aarzelen om stappen te ondernemen als zich problemen voordoen;
24. onderstreept dat kinderen en jongeren die steeds vaker te maken krijgen met de negatieve gevolgen van te weinig beweging en obesitas, gevoeliger zijn voor reclame voor voedingsmiddelen met een hoog vet-, zout- en suikergehalte; is verheugd over zelfregulerende initiatieven en gedragscodes van bedrijven om de blootstelling van kinderen en jongeren aan reclame voor voedingsmiddelen te beperken (zoals de initiatieven die zijn ontwikkeld in het kader van het actieplatform op het gebied van voeding, lichaamsbeweging en gezondheid van de Commissie), en roept alle belanghebbenden op kinderen en jongeren

en hun verzorgers doeltreffend voor te lichten over het belang van een evenwichtig voedingspatroon en een actieve, gezonde levensstijl; roept in dit verband op tot een grondig onderzoek door de Commissie naar de vraag of er behoefte is aan strengere regels voor reclame met kinderen en jongeren als doelgroep; dringt er bij de Commissie op aan de bescherming van kinderen toe te voegen aan de hoofdprioriteiten van de agenda van de consument, met bijzondere aandacht voor agressieve en misleidende televisie- en online reclame;

25. roept de Commissie en de lidstaten op om productveiligheid extra onder de aandacht te brengen van consumenten, in het bijzonder de meest kwetsbare groep consumenten, zoals kinderen en zwangere vrouwen;
26. wijst met bezorgdheid op de gevolgen voor kwetsbare consumenten van het routinematig gebruik van online "behavioural advertising" (gerichte reclame op basis van het surfgedrag) en de opkomst van opdringerige online reclamepraktijken, in het bijzonder door het gebruik van sociale netwerken; roept de Commissie nogmaals op voor het eind van 2012 een uitgebreid onderzoek in te stellen naar het effect van misleidende en agressieve reclame op kwetsbare consumenten, in het bijzonder kinderen en pubers;
27. vestigt de aandacht op het feit dat in reclame voor beleggingsproducten de onderliggende risico's vaak onvoldoende belicht worden en de nadruk te veel gelegd wordt op mogelijke winsten die vaak niet worden verwezenlijkt, waardoor gebruikers van financiële diensten hun kapitaal verliezen; roept de Commissie op strengere reclamenormen in te voeren voor verfijnde financiële producten die gericht zijn op kleine beleggers die het financiële risico misschien niet goed kunnen inschatten, inclusief de verplichting expliciet te vermelden welke verliezen de belegger kan lijden;
28. is van mening dat kinderen en pubers bijzonder gevoelig zijn voor agressieve marketing en reclame; roept de Commissie op een uitgebreid onderzoek in te stellen naar het effect van misleidende en agressieve reclame op kwetsbare consumenten, in het bijzonder kinderen en pubers;
29. benadrukt dat kinderen en pubers bijzonder gevoelig zijn voor het gebruik van communicatietechnologieën zoals smartphones en internetspelletjes; is van mening dat beschermende maatregelen moeten worden ingevoerd om buitensporig hoge rekeningen in dergelijke omstandigheden te voorkomen;
30. merkt op dat consumenten die op reis gaan ondanks wetgeving op dit gebied vaak tegen problemen aanlopen en in kwetsbare situaties terechtkomen, vooral als hun reis geannuleerd wordt of vertraging oploopt, en dat deze moeilijkheden nog groter zijn als de consument gehandicapt is; roept de Commissie en de lidstaten op de nodige maatregelen te treffen voor een betere informatievoorziening en toegang tot klachtenprocedures over onder andere passagiersrechten en transparante tarieven; vraagt de Commissie bij haar geplande herziening van de EU-regelgeving inzake passagiersrechten rekening te houden met de situatie van kwetsbare consumenten, vooral van personen met beperkte mobiliteit of een handicap, en de hoogte van en de criteria en de mechanismen voor vergoedingen aan te passen, zonder het huidige niveau af te zwakken;
31. merkt op dat de digitalisering van diensten ertoe kan leiden dat consumenten die om verschillende redenen geen toegang hebben tot internet of hier geen gebruik van kunnen maken, in een kwetsbare situatie terecht kunnen komen, omdat ze de voordelen van e-

commerce niet volledig kunnen benutten en daarom uitgesloten zijn van een wezenlijk deel van de interne markt, waardoor ze meer betalen voor dezelfde producten of aangewezen zijn op hulp van anderen; roept de Commissie en de lidstaten op het vertrouwen van de consument te bevorderen en obstakels bij grensoverschrijdende elektronische handel weg te nemen door doeltreffend beleid te ontwikkelen met in alle maatregelen speciale aandacht voor de behoeften van kwetsbare consumenten om de digitale kloof te dichten; roept de lidstaten en de Commissie op de voltooiing van de digitale agenda voor Europa te versnellen ten behoeve van alle EU-burgers en consumenten; benadrukt dat de inspanningen van de maatschappij in zijn geheel en van ondernemingen in het bijzonder moeten worden aangemoedigd om kwetsbare consumenten, waaronder bejaarden, te informeren en hen ten volle te laten profiteren van de voordelen van de digitalisering;

32. onderstreept dat de liberalisering van de belangrijkste toeleveringsmarkten de concurrentie hebben aangewakkerd, wat in het voordeel kan werken van consumenten als ze goed geïnformeerd zijn en in staat zijn om prijzen te vergelijken en van leverancier te veranderen; merkt op dat het gebrek aan transparantie in de belangrijkste toeleveringsmarkten, waaronder de energie- en de telecommunicatiesector, het in sommige gevallen voor consumenten in het algemeen en kwetsbare consumenten in het bijzonder moeilijker heeft gemaakt om te bepalen welk tarief het best overeenkomt met hun behoeften, om van leverancier te veranderen en de in rekening gebrachte posten te begrijpen; roept de Commissie, de lidstaten en het bedrijfsleven op passende maatregelen te treffen om ervoor te zorgen dat consumenten in het algemeen en kwetsbare consumenten in het bijzonder toegang hebben tot duidelijke, begrijpelijke en vergelijkbare informatie over tarieven, voorwaarden en rechtsmiddelen, en gemakkelijk van leverancier kunnen veranderen;
33. roept de Commissie en de lidstaten op te garanderen dat het voorstel voor een richtlijn voor alternatieve geschillenbeslechting en het voorstel voor een verordening voor online beslechting van consumentengeschillen, dat momenteel wordt herzien, kwetsbare consumenten daadwerkelijk toegang geeft tot gratis of zo goedkoop mogelijke alternatieve geschillenbeslechting; roept de Commissie op na te denken over geschikte mechanismen waarmee naar behoren rekening wordt gehouden met de behoeften en rechten van kwetsbare consumenten, mocht een collectieve beroepsprocedure op EU-niveau in het leven wordt geroepen;
34. roept de Commissie en de lidstaten op samen te werken bij het vaststellen van een veelomvattende en coherente beleids- en wetgevingsstrategie om kwetsbaarheid aan te pakken, en hierbij rekening te houden met de verscheidenheid aan en de complexiteit van alle mogelijke omstandigheden;

o

o o

35. verzoekt zijn Voorzitter deze resolutie te doen toekomen aan de Raad en de Commissie, alsmede aan de regeringen en de parlementen van de lidstaten.